

МЕТОДИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ И КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ СУБКОНТРАКТАЦИИ

Введение. Экономическая и социальная роль малого предпринимательства заключается в праве граждан на свободное использование своих способностей и имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В условиях развития рыночных отношений в стране среди задач, стоящих перед обществом, важное место занимает развитие малого предпринимательства как активной формы экономической деятельности. Стабильность и высокая продуктивность функционирования экономики во многом определяются оптимальным сочетанием в ней малого, среднего и крупного бизнеса.

Сущность субконтрактации. Субконтрактация представляет собой принципиально новую систему отношений между потребителем и поставщиком. В соответствии с ней крупное предприятие на контрактной основе передает малому специализированному предприятию обязанности по производству отдельных полуфабрикатов, деталей, запасных частей для продукции, выпускаемой крупной фирмой. Очень часто крупное предприятие размещает заказ, на выполнение которого требуется длительный срок. При этом оно может поставлять малому предприятию сырьевые ресурсы, оборудование, услуги по подготовке кадров [1, 3]. Таким образом, устанавливаются достаточно устойчивые и длительные производственные отношения.

По сути, субконтрактация – это разделение труда. Головное предприятие – контрактор занимается только работой с потребителем. В результате у головного предприятия остаются ключевые функции: маркетинг, промышленный дизайн, НИОКР, конечная сборка. При этом контрактор избавляется от всех нестратегических производств и может вкладывать средства в обновление оборудования и технологий только на необходимых участках.

Головное предприятие – контрактор быстро обновляет модельный ряд продукции, и она, не отягощенная непроизводительными издержками, становится конкурентоспособной.

Субконтрактеры специализируются на выполнении ограниченного числа производственных процессов и стремятся соответствовать высоким требованиям, предъявляемым к качеству продукции, соблюдению условий согласованного графика поставок. При этом малые и крупные предприятия заинтересованы друг в друге: контрактору нужны стабильные поставки, субконтракторам нужны долгосрочные заказы и постоянное сотрудничество [4, 6].

Опыт развитых стран показывает, что предприятие – контрактор часто за свой счет проводит на предприятиях – субконтракторах внедрение и сертификацию системы качества.

Обоснование задач взаимодействия малого и крупного предпринимательства. Прежде чем принимать какие-либо решения, необходимо проанализировать их экономическую эффективность.

Первым этапом обоснования задач взаимодействия малого и крупного предпринимательства является разработка сценариев, которые характеризуют возможные варианты формирования кооперационных взаимодействий. Они включают в себя перечень объектов взаимодействия (малых и крупных предприятий), описание конкретных целей и задач, которые требуется решить в процессе взаимодействия малых и крупных предприятий, и т.д.

Схема методики отображена в таблице 1.

На втором этапе выбирается механизм реализации взаимодействий между малыми и крупными предприятиями, который наиболее соответствует поставленным целям и задачам. На его основе определяются затраты и доходы (выгоды), которые будут получены в

процессе взаимодействия.

Третьим этапом является учет доходов и затрат при реализации сценариев.

Четвертый этап включает анализ полученных результатов и принятие решения либо о разработке новых (корректировке существующих) сценариев взаимодействия, либо о принятии каких-либо из них для реализации на практике.

В методическом отношении наиболее трудными этапами являются первый, который требует формирования разумных вариантов взаимодействия малых и крупных предприятий и предполагает знание специфики их производства, и третий, который требует аналитического подхода к учету эффектов взаимодействия малых и крупных предприятий.

Сценарии кооперации могут быть условно разделены на следующие 3 группы.

1 группа: сценарии, предполагающие рациональное использование между предприятиями уже имеющихся у них ресурсов без их количественного изменения, например, более рационального использования парка оборудования, применение субаренды на имеющихся арендуемых площадях и т.д.). Эти сценарии определяют сравнительно небольшие затраты на их реализацию Z_i и приводят к дополнительным доходам W_i , связанным с увеличением выпуска продукции (у предприятий, эксплуатирующих свободные производственные ресурсы) и с увеличением рентных платежей – прокатных оценок, арендной платы и т.д. (у предприятий – владельцев этого ресурса).

2 группа: сценарии, предполагающие рационализацию использования ресурсов с уменьшением их объема – для избавления от балласта (продажа ненужной техники). Эти сценарии характеризуются дополнительными доходами W_i , имеющими единовременный характер и обусловленными реализацией производственных ресурсов, а также уменьшением затрат Z_i , обусловленным снижением амортизации, уменьшением расходов на эксплуатацию, ремонт и обслуживание оборудования, снижением арендной платы за счет высвобождения площадей и т.д. Это ведет к снижению постоянных затрат на соответствующем предприятии.

Таблица 1. Этапы методики обоснования кооперационных взаимодействий

Этапы	Наименование этапа
1 этап	Сценарии
2 этап	Выбор механизма реализации
3 этап	Учет эффектов
4 этап	Анализ и принятие решения
Корректировка сценариев	
Отбор вариантов	

3 группа: сценарии, которые предполагают совместные стратегии по увеличению потенциала имеющихся в распоряжении у малых и крупных предприятий ресурсов (совместное приобретение дорогостоящей и редко применяемой техники, получение больших кредитов и т.д.). Эти сценарии характеризуются как ростом затрат Z_i , так и ростом эффектов W_i на участвующих в кооперации малых и крупных предприятиях. Эти затраты и результаты должны быть сопоставлены для оценки их эффективности. Они определяют рост постоянных издержек и изменение эффективности использования ресурсов за счет осуществляемых мероприятий.

Дашкевич Т.В., ст. преподаватель кафедры УЭиФ Брестского государственного технического университета.
Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

Учет эффектов взаимодействия малых и крупных предприятий осуществляется на третьем этапе следующим образом. Можно ввести следующие обозначения:

x – объем производства продукции в натуральном выражении;

p – цена продукции;

y – выручка (объем продаж);

C – общие (суммарные) затраты;

k – переменные затраты на единицу выпуска;

b – постоянные затраты;

m – удельная прибыль;

S – сумма прибыли и постоянных затрат, называемая в финансовом анализе валовой маржой.

Схема определения точки безубыточности: X^0 – точка безубыточности

1. Изменение величины постоянных затрат в сторону их уменьшения или увеличения можно учесть исходя из соотношения, характеризующего точку безубыточности:

$$\bar{x}^0 = \frac{b \pm \Delta b}{p - k}. \quad (1)$$

Соответственно при этом происходит смещение точки безубыточности либо влево, либо вправо.

2. Если объемы реализации изменяются в сторону их увеличения, то новая точка безубыточности \bar{X}^0 может быть определена следующим образом:

$$\begin{cases} \bar{y} = px + \Delta y \\ C = kx + b \end{cases}. \quad (2)$$

Отсюда при $\bar{y} = C$ можно получить:

$$\bar{x}^0 = \frac{b \pm \Delta y}{p - k}, \quad (3)$$

то есть точка безубыточности смещается, за счет параллельного сдвига прямой выручки влево и запас прочности предприятия увеличивается.

Очень часто увеличение объема реализуемой продукции может быть оценено долей (процентом) от их общей стоимости. В этом случае расчет точки \bar{X}^0 еще более упрощается:

$$\bar{y} = px + \lambda p \cdot x = (1 + \lambda) \cdot y, \quad (4)$$

где λ – доля увеличения реализации.

Отсюда при $\bar{y} = C$ имеем:

$$\bar{x}^0 = \frac{b}{(1 + \lambda)p - k}, \quad (5)$$

т.е. точка безубыточности также смещается влево, однако это смещение обусловлено изменением угла наклона прямой реализации продукции.

3. При изменении величины постоянных затрат и увеличении объемов реализации новая точка безубыточности \bar{X}^0 находится с учетом способов, рассмотренных в пунктах 1 и 2.

$$\bar{x}^0 = \frac{b \pm \Delta b}{(1 + \lambda)p - k}. \quad (6)$$

При этом положение новой точки \bar{X}^0 будет определяться соотношением параметров Δb и λ .

4. При использовании кредитов (под оборот) возникает необходимость:

- изменения (увеличения) объемов реализации;
- увеличения постоянных затрат (за счет учета в них процентов за кредит);
- изменения уровня рентабельности к собственным средствам (рассчитывается по формуле финансового рычага с учетом увеличения прибыли).

При реализации малыми предприятиями сценариев первой и второй группы точка безубыточности, за счет изменения угла наклона вследствие более эффективного использования ресурсов, смещается влево и вниз; при реализации сценариев третьей группы она смещается, за счет роста постоянных затрат, вверх, а ее горизонтальное смещение (влево или вправо) определяется соотношением затрат и эффектов взаимодействия [2, 5].

После того, как малое предприятие начнет взаимодействие с крупным предприятием, можно будет говорить о дальнейшем расширении производства МП и возможности выхода на новые зарубежные рынки сбыта продукции.

При расширении рынков сбыта за рубежом малому предприятию необходимо оценивать экономическую целесообразность внешне-торговой сделки. Основным принципом оценки эффективности внешне-торговых сделок является принцип приведения затрат и результатов в сопоставимый вид по объему, качеству, периоду времени. Экономическую эффективность экспорта можно оценить следующим образом:

$$E_x = \frac{(I_{cur} + I_n)}{C_x} \geq 1, \quad (7)$$

где E_x – экономическая эффективность экспорта, ден.ед.; I_{cur} – рублевый эквивалент перечислений в валютный фонд предприятия, рассчитываемый пересчетом валютной выручки в рубли по рыночному курсу на дату поступления валюты, ден.ед.; I_n – рублевая выручка от обязательной продажи части валютной выручки государству, ден.ед.; C_x – полные затраты предприятия на экспорт – затраты на производство и реализацию продукции, ден.ед.

Экспорт является экономически обоснованным в том случае, если эффективность экспортной сделки выше эффективности реализации данной продукции на национальном рынке.

$$E_x \geq E_n \geq 1, \quad (8)$$

где E_x – эффективность реализации продукции на внутреннем рынке.

$$E_n = P_n^x + C_n^x, \quad (9)$$

где P_n^x – стоимость данного количества экспортной продукции во внутренних ценах; C_n^x – затраты на производство экспортной продукции и ее реализацию на внутреннем рынке [5].

В данном случае имеется в виду бухгалтерский подход, который учитывает только явные выгоды и издержки.

Однако эффект от экспортной сделки может выражаться в таких преимуществах для малого предпринимательства как расширение рынков сбыта, приобретение опыта международных операций, приближение масштаба производства к минимальному эффективному масштабу.

При помощи данной методики можно рассчитать эффективность взаимодействия малых и крупных предприятий в процессе субконтрактации, а также дальнейшее развитие малого предпринимательства при экспорте продукции.

Заключение. Взаимодействие МП с крупными предприятиями может стать первым шагом в дальнейшей интеграции малого производственного предпринимательства Республики Беларусь. Доступность новых рынков сбыта и партнеров по бизнесу позволит расширить производство, использовать новые идеи и методы при изготовлении продукции. МП смогут зарекомендовать себя на зарубежных рынках как производители высококачественной и востребованной продукции.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Базылев, Н.И. Основы бизнеса: учеб. пособие / Н.И. Базылев, М.Н. Базылева – Мн.: Мисанта, 2003. – 253 с.
2. Егорова, Н.Е. Финансовый анализ кооперационных стратегий развития промышленных предприятий в сфере малого бизнеса / Н.Е. Егорова, М.А. Маренный. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dis.ru>. – Дата доступа: 21.03.2012.
3. Елисеев, О.В. Экономическая значимость субъектов малого предпринимательства в экономике Республики Беларусь – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbwom.net> – Дата доступа: 12.01.2012.
4. Мазоль, С.И. Экономика малого бизнеса. – Мн.: Книжный дом, 2004. – 272 с.
5. Маренный, М.А. Методы финансового анализа кооперационных взаимодействий малых промышленных предприятий – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cfin.ru> – Дата доступа: 22.04.2012.
6. Субконтрактация в Беларуси – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.subcontract.by> – Дата доступа: 25.03.2012.

Материал поступил в редакцию 20.05.12

DASHKEVICH T.V. Methods of interaction between small and large enterprises on the basis of subcontracting

Small business is a potentially effective means of business and entrepreneurial skills of the population, increasing its adaptability to market relations. It provides the basis for the formation of the middle class – social layer, capable of ensuring the progressive development of society with an interest in democracy and social stability.

The main forms of interaction of large companies in establishing cooperative links with small firms are being outsourced the subcontracting.

Subcontracting in the process of building a market-based economy promotes stability in conjunction of large and small enterprises, which has a positive effect on the economic status of the management systems.

УДК 336

Кичаева Т.В., Мишкова М.П.**ФОРМИРОВАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Введение. Вопросы формирования розничных цен в современных экономических условиях для субъектов хозяйствования приобретают все большее значение.

Субъекты хозяйствования имеют право предоставлять любые виды скидок и по любым основаниям. Предельные максимальные торговые надбавки на продовольственные товары установлены с учетом оптовой надбавки, и при участии в реализации этой продукции оптовых продавцов деление торговых надбавок между оптовыми и розничными организациями торговли осуществляется по соглашению сторон.

То есть в современных условиях хозяйствования важно правильно сформировать розничную цену для получения оптимального финансового результата.

Рассмотрим варианты формирования розничных цен с учетом действующего законодательства по вопросам ценообразования и с учетом применяемой системы налогообложения.

Продукция реализуется населению по розничным ценам, которые определяются юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими розничную торговлю. При этом суммируется:

- отпускная или закупочная цена предприятия-производителя или импортера;
- оплаченная оптовая надбавка, если товар закупался на территории Республики Беларусь у оптовых поставщиков;
- торговая надбавка к отпускной цене производителя или импортера. Она определяется с учетом конъюнктуры рынка или в соответствии с законодательством на продукцию, цены на которую регулируются.

При приобретении товаров у производителей (импортеров) по отпускным ценам, которые сформированы без учета расходов по доставке товара, юридические лица и индивидуальные предприниматели могут прибавлять к отпускным ценам фактически понесенные расходы по доставке. В этом случае в товарно-транспортной накладной должна быть указана франкировка (например, франко — отправления) [1]. В настоящее время действуют следующие основные документы по регулированию цен:

- Указ Президента Республики Беларусь от 25 февраля 2011 г. №72 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь»;
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14

апреля 2011 г. №495 «Об утверждении Перечней товаров (работ, услуг), цены на которые регулируются Министерством экономики, Министерством здравоохранения, облисполкомами и Минским горисполкомом, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь»;

- постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 27 апреля 2011 г. №65 «О ценах на социально значимые товары и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства экономики Республики Беларусь»;
- постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 14 декабря 2011 г. №200 «О торговых надбавках к отпускным ценам на социально-значимые товары и признании утратившими силу постановления Министерства экономики Республики Беларусь от 27 апреля 2011 г. №66 и отдельного структурного элемента постановления Министерства экономики Республики Беларусь».

Механизм расчета розничной цены с учетом вышеуказанных нормативных документов представлен в таблице 1.

Кроме того, предприятия розничной торговли имеют право взимать торговые надбавки к отпускным ценам, увеличенным на размер расходов по фасовке [4].

Субъекты хозяйствования имеют право предоставлять любые виды скидок и по любым основаниям. Какие виды скидок будут предоставляться и как они будут применяться на практике, определяет субъект хозяйствования самостоятельно [4].

Предельные максимальные торговые надбавки на продовольственные товары установлены с учетом оптовой надбавки, и при участии в реализации этой продукции оптовых продавцов деление торговых надбавок между оптовыми и розничными организациями торговли осуществляется по соглашению сторон [3].

На продовольственные и промышленные товары, не включенные в нормативные документы, торговые надбавки определяются с учетом конъюнктуры рынка [4].

Субъекты хозяйствования, применяющие упрощенную систему налогообложения, используют следующие варианты формирования розничной цены:

1. Формирование розничной цены без НДС.
2. Формирование розничной цены, когда один из участников товародвижения является плательщиком НДС [4].

Рассмотрим механизм формирования розничной цены при упрощенной системе налогообложения без НДС, если продукция реализуется без участия оптового звена. Расчеты представим в таблице 2.

Таблица 1. Механизм формирования розничной цены

Отпускная цена предприятия без НДС	НДС производителя, 20%	Торговая надбавка, 30%	Розничная цена без НДС	НДС розницы, включаемой в цену, 20%	Розничная цена с НДС
18 600 руб.	$18600 \cdot 20 / 100 = 3720$ руб.	$18600 \cdot 30 / 100 = 5580$ руб.	$18600 + 5580 = 24180$ руб.	$24180 \cdot 20 / 100 = 4836$ руб.	$24189 + 4836 = 29016$ руб.

Кичаева Татьяна Васильевна, ст. преподаватель кафедры управления экономики и финансов Брестского государственного технического университета.

Мишкова Маргарита Петровна, ст. преподаватель кафедры экономики управления и финансов, магистр экономических наук Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.